

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PROGRAM PAKET WISATA WOW *TOURS & TRAVEL*

**(Studi Deskriptif di CV. Wahana Ototrasindo Wisata
Tours and Travel Yogyakarta)**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Eka Pertiwi Setyawati

000901437/KOM

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2010

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PROGRAM PAKET WISATA WOW *TOURS & TRAVEL***

**(Studi Deskriptif di CV. Wahana Ototrasindo Wisata *Tours and Travel*
Yogyakarta)**

Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Oleh:

Eka Pertiwi Setyawati

000901437/KOM

Disetujui oleh:

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Program Paket Wisata WOW
Tours & Travel (Studi Deskriptif di CV. Wahana Ototrasindo
Wisata *Tours & Travel* Yogyakarta)

Penyusun : Eka Pertiwi Setyawati

NIM : 000901437/KOM

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan
pada:

Hari : Kamis, 22 Juli 2010

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian Skripsi FISIP UAJY

Tim Penguji

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji Utama

F. Anita Herawati, M.Si

Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, MA

Penguji II



Handwritten signature of the main examiner (Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si) in blue ink, positioned above a dotted line.

Handwritten signature of the first examiner (F. Anita Herawati, M.Si) in blue ink, positioned above a dotted line.

Handwritten signature of the second examiner (Y. Bambang Wiratmojo, MA) in blue ink, positioned above a dotted line.

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eka Pertiwi Setyawati

No. Mahasiswa : 000901437

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Strategi Komunikasi Pemasaran Program Paket Wisata WOW
Tours & Travel (Studi Deskriptif di CV. Wahana Ototrasindo
Wisata *Tours and Travel* Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya orang lain, hasil karya orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, atau pun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan / keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak dengan tekanan atau pun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, Juli 2010

Saya yang menyatakan,

Eka Pertiwi Setyawati

000901437/KOM

HALAMAN PERSEMBAHAN



Karya tulis ini kupersembahkan buat
Papa & Mama tercinta atas kasih sayangnya
senantiasa dalam hidupku.

MOTTO

Masa depan harus dipikirkan, direncanakan dan dipersiapkan sebaik-baiknya,
tetapi jangan sekali-sekali anda kuatir akan hari esok.

(Dale Carnegie)



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Program Paket Wisata *WOW Tours & Travel* (Studi Deskriptif di CV. Wahana Ototrasindo Wisata *Tours and Travel* Yogyakarta), sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Semua proses karya tulis ini tidak akan penulis lakukan sendiri tanpa adanya perpanjangan tangan dari Allah Yang Maha Kasih dan semua orang yang telah banyak membantu dan mendukung penulis selama ini. Ibarat tak ada gading yang tak retak, penulis dengan tangan terbuka bersedia menerima saran atau kritik dari pihak manapun asal bersifat membangun. Dengan rendah hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si, terima kasih atas bimbingannya yang penuh kesabaran memberikan arahan dari awal bimbingan hingga pada akhirnya karya tulis ini selesai.
2. Papa-Mama yang telah mengasuhku sejak kecil hingga sampai detik ini, sekarang dan selama-lamanya.
3. Teman-teman seangkatanku yang selalu menyemangatiku supaya cepat lulus.
4. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Terima kasih banyak atas doa dan dukungan kalian. Amin.

Yogyakarta, Juli 2010

Penulis

Eka Pertiwi Setyawati

ABSTRAK

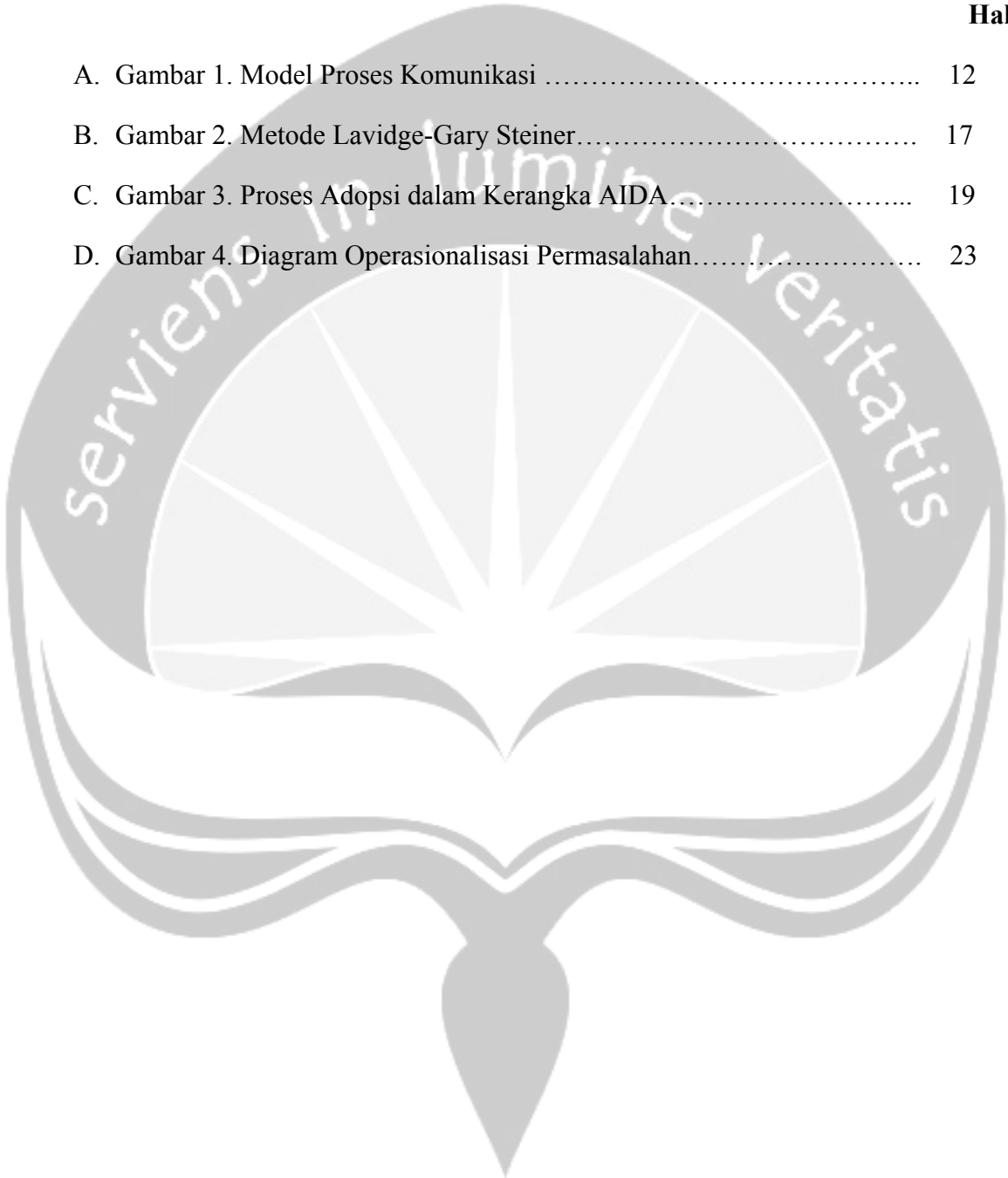
Penelitian ini berjudul “ Strategi Komunikasi Pemasaran Program Paket Wisata WOW *Tours & Travel* - Studi Deskriptif di CV. Wahana Ototrasindo Wisata *Tours & Travel* Yogyakarta. Penelitian yang bersifat deskriptif-kualitatif tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dalam mempromosikan Program Paket Wisata WOW *Tours & Travel* untuk menanamkan kesadaran berwisata, mendorong minat wisatawan dan menarik kunjungan wisatawan yang memesan program paket Wisata WOW.

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka langkah-langkah strategis pengelola WOW dalam mempromosikan program Paket Wisata WOW harus mengemas beragam paket wisata WOW secara unik, menarik dan berbeda. Hal ini dilakukan supaya tujuan promosinya bisa tercapai yaitu meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan yang memesan paket wisata WOW. Selain itu, pengelola WOW juga harus mempertimbangkan kompetitor program paket wisata yang sejenis. Kemudian harus menonjolkan keunggulan masing-masing Paket Wisata WOW, dan menentukan pilihan media promosi yang tepat dan efektif. Akhirnya pengelola WOW juga harus membidik sasaran konsumen wisatawan tertentu dengan menyesuaikan paket wisata yang khusus pula.

Dengan demikian, pengelola WOW dalam mempromosikan ragam paket wisata perlu membuat terobosan baru untuk menciptakan paket wisata alternatif yang belum pernah ada sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk memicu meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan secara besar-besaran dan untuk menghadapi persaingan antar biro perjalanan wisata yang semakin ketat di Yogyakarta dan sekitarnya di masa mendatang.

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
A. Gambar 1. Model Proses Komunikasi	12
B. Gambar 2. Metode Lavidge-Gary Steiner.....	17
C. Gambar 3. Proses Adopsi dalam Kerangka AIDA.....	19
D. Gambar 4. Diagram Operasionalisasi Permasalahan.....	23



DAFTAR TABEL

- A. Tabel 1. Keunggulan Paket Wisata WOW dan Segmentasi Wisatawan 57



DAFTAR ISI

	Hal.
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Motto	vi
Kata Pengantar	vii
Abstrak.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Tabel	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Kerangka Teori... ..	4
1. Strategi Komunikasi.....	4
2. Komunikasi Pemasaran.....	8

3. Perilaku Konsumen.....	13
4. Persuasi dalam Komunikasi Pemasaran.....	17
F. Metode Penelitian.....	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	21
3. Teknik Pengumpulan Data.....	21
4. Teknik Analisis Data.....	22
BAB II DESKRIPSI	
A. Bisnis Perjalanan Wisata.....	24
1. Pengertian Perusahaan Perjalanan.....	24
2. Karakteristik Perusahaan Perjalanan.....	24
3. Fungsi Perusahaan Perjalanan.....	26
4. Saluran Distribusi pada Usaha Perjalanan.....	27
5. Kepemilikan dan Struktur Bisnis Perusahaan Perjalanan.....	30
B. Persyaratan Perusahaan Perjalanan.....	31
1. Peraturan Perusahaan Perjalanan.....	31
2. Lingkup Kegiatan Usaha Perusahaan Perjalanan Wisata.....	32
3. Menentukan Kegiatan Usaha Mendirikan Perusahaan Perjalanan.....	34
C. Biro Perjalanan Wisata WOW Tours & Travel Yogyakarta.....	35
1. Sejarah dan Perkembangan CV Wahana Ototrasindo Wisata.....	35
2. Sasaran / Target Paket Wisata WOW <i>Tours & Travel</i>	36
3. Aktivitas Promosi Paket Wisata WOW <i>Tours & Travel</i>	36
4. Susunan dan Struktur Organisasi WOW <i>Tour & Travel</i>	36

5. Data Klien <i>WOW Tours & Travel</i> Yogyakarta.....	37
6. Program Paket Wisata <i>WOW Tours & Travel</i> Yogyakarta.....	38
D. Strategi Komunikasi Pemasaran Paket Wisata <i>WOW Tours & Travel</i> ...	39

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	42
1. Strategi Komunikasi Pemasaran <i>WOW Tours & Travel</i>	42
2. Implementasi Strategi Promosi Program Paket Wisata <i>WOW</i>	51
B. Pembahasan.....	66
1. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Paket Wisata <i>WOW</i>	66
2. Analisis Implementasi Program Paket Wisata <i>WOW</i>	70

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN